



Analyzing the Roles of Environmental Resources in the Development of Urban Tourism in Khansar City

Habibollah Fasihi¹

1. (Corresponding Author) *Department of Geography and Urban Planning, Faculty of Geographical Sciences, Kharazmi University, Tehran, Iran*
Email: fasihi@khu.ac.ir

ARTICLE INFO

Article type:
Research Paper

Article History:

Received:
3 June 2025
Revised:
8 August 2025
Accepted:
12 September 2025
Published online:
22 October 2025

Keywords:

Urban Tourism,
Environmental Sources,
Tourists Motivation,
Khansar.

ABSTRACT

This article aimed to analyze the role of environmental resources in motivating tourists to come to the city of Khansar. Khansar is located in the west of Isfahan province. It has a population of 22000 people. The research uses a descriptive-analytical method based on documentary and survey data. Environmental resources that are supposed to be effective in attracting tourists are identified through studying many books and documents as well as consulting meetings with the director and the experts of the Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism Office, and a few others. The evaluation of the motivation level of any selected resources was accomplished by 350 sample tourists. They are selected among the 4000 tourists who visit the area annually. The data was collected using a questionnaire that contained 37 items. The respondent must sign any of the items on the 5-point Likert scale. To analyze the data, it is implied the Friedman Test and the One Sample T-Test. Findings show that 15 out of 37 resources are evaluated as "effective resources," 13 resources as "relatively effective," and 9 resources as "non-effective." Also, the results indicated that items in the two categories of economic and cultural are attractive in absorbing tourists, and the others are in a moderate situation. In conclusion, despite what happened in previous decades, the nature and natural environment of Khansar would not be so effective in absorbing tourists. Climate change and droughts have largely eliminated the attraction of the physical environment for tourists.

Citation: Fasihi, H. (2025). Analyzing the Roles of Environmental Resources in the Development of Urban Tourism in Khansar City. *Journal of Urban Tourism*, 12 (3), 97-111.
<http://doi.org/10.22059/jut.2025.360485.1134>



© The Author(s)

Publisher: University of Tehran Press

This is an open access article under the CC BY NC license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

Extended Abstract

Introduction

Tourism has a high position in the models of destination development and modern competition. These models consider environmental resources an integral part of the process. Environmental resources of tourism are a multi-dimensional concept that includes not only the economic goods of tourism, such as overnight accommodation and entertainment but also the attractions of the environment, which are a source for tourism development and a main attraction for potential tourism demand. Some places have capacities and capabilities to attract tourists. These places may become tourist-friendly due to their tangible and intangible cultural heritage, charming landscapes, pleasant weather, attractive nature, magnificent shopping centers, festivals, special rituals, religious sanctity, etc. Khansar, the area of this research, is famous as a recreational travel destination. The attractiveness of this city for tourists is due to its natural environment on one hand, which is characterized by beautiful nature on the edge of the Central Mountains of Iran, gardens, and springs; on the other hand, the tangible and intangible heritage of this city, and its rich culture. The purpose of this research is to identify and evaluate those environmental elements that are attractive to visitors. The research seeks to inform tourists about the various types of attractions in Khansar city and the surrounding environment and evaluate the degree of importance they attach to these attractions in search of answers to the following questions:

1. What components of environmental resources have been involved in motivating tourists to choose Khansar as a tourist destination?
2. How have these components, individually and in the five categories of natural and environmental, economic, social, institutional, cultural, and services, motivated tourists to choose Khansar as a tourist destination?

Methodology

The components of tourism environmental resources are identified by studying the research literature and implying

consultation meetings with 15 experts. The indicators are categorized into 5 sets as natural and environmental, cultural, social-institutional, economic, and services. A survey method using a questionnaire is used to evaluate the indicators. The questionnaire consisted of 37 items. In each item, the respondent was asked to answer to what extent each mentioned place or phenomenon has attractions for traveling to Khansar. The respondent must evaluate the items in one of the ranges from none to a lot. The sample respondents consist of 350 people, including 192 men and 158 women, selected among the 4000 tourists. The obtained data was entered into the SPSS software and analyzed using Friedman's Test and the One Sample T-Test.

Results and discussion

Among the total 37 indicators of environmental tourism resources of Khansar city, 15 sites are "influential," 13 sites are "relatively effective," and 9 sites are "without impact" on attracting tourists. Among the influential indicators, only three, Damaneh Cave, Baghkal Dam, and Honey Park, are in the "natural" category. "Trade," "investment search," and "souvenirs and handicrafts" are three influential indicators in the "economic" category and have the ranks of 2, 4, and 15, respectively. All four economic indicators except "collecting medicinal plants" are evaluated as "influential." Four indicators are in the "cultural" category as "Historical monuments and cultural heritage" (rank 5), "Pilgrimage to shrines" (rank 6), "Visiting Baba Turk's tomb" (Rank 8), and "Main Mosque" (rank 10). From the indicators of the "services" category, two indicators of "toilets" (rank 9) and "the roads toward Khansar" (rank 11) were evaluated as "influential" indicators. "Golestan-Koh" and "green tunnel-like streets" are two "natural" category indicators that are evaluated as "relatively effective." "Collecting medicinal plants" is another "relatively effective" indicator in the "economic" category. The only indicator from the "cultural" category that is evaluated as "relatively effective" is the "Architectural and heritage works of the villages near the city of Khansar." Four

"relatively effective" indicators from ranks 24 to 27 are from the "social-institutional" category and include: "traditional rituals," "hospitality," "local foods," and "order in the city." "Quality of hotels and accommodation centers," "Car parking in the streets and tourist places," "Access to fuel stations," "Car repair shops and car service centers," "Restaurant," and finally, "Internet and telecommunications services" are five indicators from the "service" category that are evaluated as "relatively effective." Out of the total of 9 indicators that were "ineffective" in the motivation to travel to Khansar, 7 indicators are in the "natural" category and 2 indicators are in the "social-institutional" category. The "Economic" and "Cultural" indicators are attractive to tourists, and the indicators of the other three categories are moderately attractive. Also, the indicators of none of the categories are very attractive.

Conclusions

According to the findings of the research, the following measures are suggested for the development of Khansar tourism:

1. Appropriate proper regulations to preserve natural resources and implementing the regulations strictly;
2. Investing in implementing new techniques to exploit water resources efficiently to revive and expand gardens and green landscapes;
3. Controlling tourists to prevent damage to the environment;
4. Investing to build all kinds of accommodation centers and services that are suitable for different social and income groups;
5. Research is needed to determine a suitable tourism brand and develop a strategic plan for Khansar tourism development.

Funding

There is no funding support.

Authors' Contribution

Authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article. All of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work declaration of competing interest none.

Conflict of Interest

Authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments

We are grateful to all the scientific consultants of this paper.

تحلیل نقش منابع محیطی در گردشگری شهری خوانسار

حبيب‌اله فصیحی^۱

۱- نویسنده مسئول، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده علوم جغرافیایی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران. رایانامه: fasihi@khu.ac.ir

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	هدف این مقاله تحلیل نقش منابع محیطی در انگیزش گردشگران برای سفر به شهر ۲۲ هزار نفری خوانسار است. روش پژوهش، توصیفی-تحلیلی و مبتنی بر داده‌های اسنادی و پیمایشی است. شناسایی منابع محیطی تأثیرگذار بر گردشگری، با مطالعه در ادبیات تحقیق و جلسات مشورتی با مدیر و کارشناسان اداره میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری و کارشناسان امور اجتماعی و اداره امور اقتصادی فرمانداری شهرستان خوانسار صورت گرفته است. ارزیابی میزان انگیزش هر منبع، توسط نمونه آماری ۳۵۰ نفره از گردشگران منطقه انجام شده است. تعداد نمونه بر مبنای مدل کوکران از برآورد جامعه آماری ۴۰۰۰ نفر گردشگر در سال به طریق طبقه‌بندی شده انتخاب گردیده‌اند. ابزار گردآوری داده‌های پیمایشی، پرسشنامه حاوی ۳۷ گویه با قابلیت ارزیابی در ۵ طیف لیکرت بوده و برای تحلیل داده‌ها از آزمون‌های فریدمن و تی‌تست تک نمونه‌ای استفاده شده است. یافته‌های تحقیق نشان دادند که ۱۵ منبع از مجموع ۳۷ منبع، در ایجاد انگیزه برای سفرهای گردشگری در خوانسار «تأثیرگذار» بوده، ۱۳ منبع «نسبتاً تأثیرگذار» و ۹ منبع «فاقد تأثیرگذاری»، ارزیابی شده‌اند. نتایج همچنین نشان داد که برای جلب گردشگر، دو بعد اقتصادی و فرهنگی دارای جذابیت بسیار بوده و سه بعد دیگر، جذابیت بینابینی داشته‌اند. جایگاه طبیعت و محیط‌زیست در منابع گردشگری خوانسار در زمان انجام تحقیق برای جلب گردشگر چندان مناسب نبوده و خشک‌سالی‌ها و عوامل دیگر، جذابیت‌های محیط طبیعی آن برای گردشگران را تا حدود زیادی تضعیف کرده است.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۳/۱۳	
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۰۵/۱۷	
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۶/۲۱	
تاریخ چاپ: ۱۴۰۴/۰۷/۳۰	
واژگان کلیدی: گردشگری شهری، منابع محیطی، انگیزش گردشگر، خوانسار.	

استناد: فصیحی، حبيب‌اله. (۱۴۰۴). تحلیل نقش منابع محیطی در گردشگری شهری خوانسار. *مجله گردشگری شهری*، ۱۲ (۳)، ۹۷-۱۱۱.
<http://doi.org/10.22059/jut.2025.360485.1134>

مقدمه

در شش دهه گذشته، گردشگری با رشد و گوناگونی مداومی که تجربه کرده به یکی از بزرگ‌ترین و پر رشدترین بخش‌های اقتصادی تبدیل شده چنان‌که در سال ۲۰۲۳، ۱۱/۶ درصد از تولید ناخالص داخلی جهانی و بیش از ۲۰۷/۵ میلیون شغل تحت تأثیر مستقیم این فعالیت‌ها بوده‌اند (World Travel & Tourism Council, 2023). در مدل‌های توسعه مقصد و رقابت مدرن که گردشگری نیز جایگاه والایی دارد، منابع محیطی یک‌بخشی جدایی‌ناپذیر مهم محسوب می‌شوند. منابع محیطی گردشگری مفهومی چندبعدی است که نه تنها شامل کالاهای اقتصادی گردشگری مانند اقامت شبانه و سرگرمی است بلکه جذابیت‌های محیط که به‌عنوان منبعی برای توسعه گردشگری عمل می‌کنند و در بسیاری از موارد، یک جاذبه اصلی برای تقاضای بالقوه گردشگری هستند را نیز در برمی‌گیرد (Mihalic, 2013: 614).

در گستره گیتی، شهرها یک عرصه مهم و شاید نیز مهم‌ترین عرصه را برای فعالیت‌های گردشگری فراهم می‌آورند (Richard, 2013). محیط شهری واجد جنبه‌های اجتماعی، فرهنگی، کالبدی و زیبایی‌شناسانه‌ای است که بر پایه آن‌ها فعالیت‌های گردشگری شکل می‌گیرند. بسیاری از شهرها به دلیل محیط منحصربه‌فرد خود، کانون منابع کلیدی گردشگری هستند (Boivin & Tanguary, 2019).

برخی از مکان‌ها ظرفیت‌ها و قابلیت‌هایی در خود دارند که به‌واسطه آن‌ها، گردشگران به آن محیط جذب می‌شوند و اقتصاد گردشگری را در آنجا شکل می‌دهند. ممکن است مکان‌هایی به‌واسطه میراث ملموس و ناملموس فرهنگی خود گردشگرپذیر -گردند؛ واجد موهبت‌های طبیعی چون چشم‌اندازهای دلکش، آب‌وهوای دلپذیر و طبیعت جذاب باشند؛ مراکز خرید و تجارت باشکوه داشته باشند؛ پذیرای جشنواره‌ها و میعاد آیین‌های خاص بوده یا از قداست مذهبی بهره‌مند باشند و خوانسار که محدوده مطالعاتی این تحقیق است، از گذشته‌های دور به‌عنوان یک مقصد سفرهای تفریحی برای مردمان ساکن در شهرها و روستاهای دور و نزدیک شهرت داشته است (سلطانی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۴۳). جذابیت این دیار برای گردشگران از یک‌سو مرهون محیط طبیعی آن بوده که با طبیعت زیبا در حاشیه رشته‌کوه مرکزی ایران، چشم‌اندازهای سرسبز از مزارع و باغات و چشمه‌سارها مشخص هستند (حق و حیدرزاده، ۱۴۰۰: ۲۴)، و از سوی دیگر میراث ملموس ناملموس این خطه از ایران‌زمین و دیرینگی سکونت و غنای فرهنگی آن، برای دیگران جذابیت داشته است. بی‌گمان شناسایی و ارزیابی این ظرفیت‌های هویدا و نهان و موجباتی که فعالیت‌های گردشگری را شکل داده و بدان رونق می‌بخشند، گامی در مسیر برنامه‌ریزی برای توسعه و ترقی این رشته نوین اقتصاد خواهد بود و می‌تواند در توسعه سرزمین مؤثر افتد.

گردشگری شهری تا سال‌های دهه ۸۰ و حتی ۹۰ چندان در تحقیقات جای نداشته است. به موازات رشد گردشگری، تحقیقات دانشگاهی در این موضوع فزونی یافت (Pears, 2001: 928). اشورث^۱ یکی از نخستین کسانی بوده که نواحی شهری را به‌عنوان مکان‌های خاص برای فعالیت‌های گردشگری موردتوجه قرار داده است. لاو^۲ در سال ۱۹۹۶، مؤلفه‌های کلیدی را که نواحی شهری را مقصد گردشگری قرار می‌دهد مورد شناسایی قرار داد. تایلر^۳ و همکاران (۱۹۹۸) نقش منابع محیطی و فضا، رویدادها و محصولات گردشگری را بررسی کرده‌اند. جود و فینستین^۴ (۱۹۹۹) نقش رویدادهای ورزشی، قمارخانه‌ها و مراکز پاییکوبی در جذب گردشگران در شهرهای ایالات متحده را مورد مطالعه قرار

1. Ashworth

2. Law

3. Tyler

4. Judd & Fainstein

داده‌اند. هالیار، گریفین و ادواردز^۱ (۲۰۰۸) در کتاب خود، اصول گردشگری شهری و نقش عوامل محیطی در آن را تبیین نموده‌اند. گو^۲ و همکاران (۲۰۱۶)، در بررسی جاذبه‌های گردشگری کلان‌شهرها با مطالعه در شهر شنژن^۳ چین از داده‌های پیمایشی- روش داده‌کاوی ورود^۴ استفاده کرده و دریافته‌اند که پارک‌های موضوعی تأسیس‌شده در اوایل دهه ۱۹۹۰ محبوب‌ترین جاذبه‌های گردشگری هستند.

لو^۵ و همکاران (۲۰۱۷)، تأثیر محیط طبیعی و میراث فرهنگی بر انتخاب مقصد گردشگری در شهر ساراواک^۶ مالزی را به کمک داده‌های پیمایشی و مدل توسعه‌یافته SmartPLS بر اساس مدل‌سازی مسیر بررسی کرده و نتیجه گرفته‌اند که منابع طبیعی، میراث فرهنگی و رویدادهای ویژه با رقابت‌پذیری مقصد رابطه مثبت و معناداری دارند.

بووین و تانگوی^۷ (۲۰۱۹)، جاذبه‌های گردشگری کبک و بوردو^۸ را با استفاده از داده‌های پیمایشی و شیوه‌های آمار توصیفی مطالعه نموده‌اند. در این مطالعه چهار سطح از جذابیت گردشگری شهری (زمینه، کمربند، جاذبه‌های مکمل و هسته) آشکارشده و مشخص گردید که متغیرهای مرتبط با محیط زندگی شهری از اهمیت برخوردار هستند.

سیرکس^۹ و همکاران (۲۰۲۲)، جاذبه‌های گردشگری چهار شهر بزرگ آمریکای لاتین را با روش کمی، عرضی و غیرتجربی و تکنیک تحلیل عاملی تعیین کرده و دریافته‌اند که جاذبه گردشگری هر شهر دارای چهار عامل اصلی هسته، اکوسیستم گردشگری، جلسات، مشوق‌ها، کنوانسیون‌ها و نمایشگاه‌ها/رویدادها و نمایش‌ها و خدمات مرتبط است.

لی^{۱۰} و همکاران (۲۰۲۲)، دسترس‌پذیری در جلب گردشگر را در شهر نانجینگ^{۱۱} چین به کمک یک مدل گرانش اصلاح‌شده که جذابیت مقصد گردشگری، ویژگی‌های سیستم حمل‌ونقل شهری و توزیع تقاضای گردشگری را یکپارچه می‌سازد، بررسی کرده‌اند. در این مطالعه، ناهمگونی فضایی دسترسی گردشگری و نابرابری در دسترسی به منابع گردشگری در سطوح مختلف آشکار گردید.

حسین^{۱۲} (۲۰۲۲)، عوامل تأثیرگذار بر انتخاب مقصد گردشگری داکای بنگلادش را با نظرسنجی از گردشگران و توصیف آماری مورد کاوش قرار داده و نتیجه گرفته که کیفیت خدمات، زیبایی طبیعی، مقصد شناخته‌شده، زیبایی طبیعی، محوطه باستانی، ساحل دریا، امنیت، حمل‌ونقل کارآمد، بهداشت و باکیفیت مواد غذایی، امکانات خرید برای انتخاب مقصد گردشگری تأثیر می‌گذارند. در بین این‌ها، مقصد شناخته‌شده، حمل‌ونقل و امنیت قدرت تأثیرگذاری بیشتری دارد.

نگوین^{۱۳} و همکاران (۲۰۲۳)، با نظرسنجی از گردشگران و توصیف آماری نتیجه گرفته‌اند که در خصوص نقش عوامل محیط طبیعی در گردشگری دانگ ننگ سیتی^{۱۴} ویتنام، تنوع جغرافیایی و زیست‌محیطی منحصربه‌فرد، شامل زمین‌های کوهستانی، مناطق ساحلی و تنوع زیستی غنی، به ترتیب در جلب گردشگر تأثیرگذارتر هستند.

از میان تحقیقات انجام‌شده در داخل کشور می‌توان اشاره نمود که سلطانی و نوری (۱۳۸۴)، با مطالعات کتابخانه‌ای و مشاهده و توصیف آماری، توان اکولوژیک محیط برای توسعه گردشگری شهرستان خوانسار را بررسی کرده و دریافته‌اند

1. Hayllar, Griffin and Edwards

2. Gu

3. Shenzhen

4. Check-in Data Mining

5. Lo

6. Sarawak

7. Boivin and Tanguay

8. Québec and Bordeaux

9. Sirkis

10. Li

11. Nanjing

12. Hossain

13. Nguyen

14. Da Nang City

که چشم‌اندازهای آب، محصولات کشاورزی، آب‌وهوای مطبوع، چشم‌انداز گیاهی، و مکان‌های معماری و تاریخی جاذب گردشگر هستند.

غفاری گیلانده و همکاران (۱۳۹۵)، با نظرسنجی از گردشگران و به‌کارگیری مدل تاکسونومی عددی، شهرستان خوی را از نظر جاذبه‌های گردشگری بر اساس پتانسیل جذب گردشگر مورد کاوش قرار داده و برج شمس تبریزی، آبشار بدلان و منطقه حفاظت‌شده مراکان را به ترتیب واجد بالاترین قابلیت جذب گردشگر دانسته‌اند.

تقوایی و همکاران (۱۳۹۶)، با استفاده از استفاده از مدل‌های AHP, SWOT و با کمک نرم‌افزار SPSS، به شناسایی و رتبه‌بندی توان‌های محیط طبیعی برای جذب گردشگر شهرستان یاسوج پرداخته‌اند. در این مطالعه پارک جنگلی یاسوج، تنگ مهران، تنگ گنجه‌ای رتبه بالاتری در جلب گردشگر کسب نموده‌اند.

صیاد بیدهدی و قرخلو (۱۳۹۷)، استان اردبیل را با استفاده از داده‌های کتابخانه‌ای و مشاهدات میدانی و روش تحلیل سلسله مراتبی و روش پرومته، از نظر جاذبه‌های محیطی گردشگری مورد ارزیابی قرار داده و وجود چشمه‌ها و آب‌گرم‌های معدنی را مهم‌ترین و تأثیرگذارترین جاذبه‌ها معرفی کرده‌اند.

و بالاخره جالایان و بیکی (۱۴۰۱)، با داده‌های پیمایشی از نمونه آماری متخصصان و خبرگان گردشگری و شهری و استفاده از نرم‌افزار PLS-Smart، به شناسایی و رتبه‌بندی مؤلفه‌های فرهنگی تأثیرگذار بر جذب گردشگر در کلان‌شهر شیراز پرداخته‌اند. نتیجه حاصل از این مطالعه چنین بوده که مؤلفه‌های مدیریتی نهادی، دسترسی و زیرساخت‌ها، کالبدی محیطی و مؤلفه منابع و جاذبه‌های فرهنگی - ادبی به ترتیب، دارای رتبه اول تا پنجم و بیشترین اهمیت در توسعه گردشگری فرهنگی کلان‌شهر شیراز هستند.

تفاوت تحقیق حاضر با مطالعات پیشین، بررسی منابع محیطی گردشگری به‌عنوان یک مفهوم جامع است که تمامی مؤلفه‌های تأثیرگذار بر جلب گردشگر اعم از منابع طبیعی و انسان‌ساخت را در شمول قرار می‌دهد. دوم دسته‌بندی متغیرهای معرف منابع محیطی و شناخت مراتب تأثیرگذاری هر دسته در عین شناخت مراتب تأثیرگذاری هر متغیر به‌طور مستقل، با استفاده از آزمون‌های فریدمن^۱ و تی‌تست تک‌نمونه‌ای^۲ می‌باشد.

هدف این تحقیق، شناسایی و ارزیابی آن عناصر محیطی است که برای بازدیدکنندگان جذابیت دارند. به عبارت دیگر، تحقیق اخیر شناخت گردشگران از انواع مختلف جذابیت‌های شهر خوانسار و محیط پیرامونی و ارزیابی درجه اهمیتی که برای این جذابیت‌ها قائل هستند را در جست‌وجوی پاسخ به سؤال‌های زیر دنبال می‌نماید:

۱- مؤلفه‌های مربوط به منابع محیطی که در انگیزش گردشگران در انتخاب شهر خوانسار به‌عنوان مقصد گردشگری دخالت داشته‌اند، کدام‌اند؟

۲- این مؤلفه‌ها به‌صورت منفرد و در دسته‌های پنج‌گانه طبیعی و زیست‌محیطی، اقتصادی، اجتماعی نهادی، فرهنگی و خدماتی-رفاهی به چه ترتیب در انگیزش گردشگران برای انتخاب شهر خوانسار به‌عنوان مقصد گردشگری دخالت داشته‌اند؟

مبانی نظری

گردشگری در چهارچوب الگوهای فضایی خاصی عمل می‌کند. یکی از این الگوهای فضایی، گردشگری شهری است. بنا به یکی از تعاریف، گردشگری شهری مجموعه‌ای از منابع و فعالیت‌های واقع در یک شهر است که در اختیار

1. Friedman Test

2. One Sample T-Test

بازدیدکنندگانی از خارج از آن شهر قرار داشته و برای مقاصد مختلفی چون وقت‌گذرانی، انجام یک کسب‌وکار و غیره مورد استفاده آن‌ها قرار می‌گیرد» (Stahan, 2018: 223). در تعریف دیگری آمده است که گردشگری شهری نمایانگر تمامی منابع گردشگری جذاب یک شهر است که برای جلب گردشگران و بازدیدکنندگان، هدف‌گذاری می‌شود (Valentina, 2013:196). مطابق تعریف کولتونو و پوتر^۱ (۲۰۰۶) «آن فعالیت گردشگری که در قلمرو شهرها انجام می‌پذیرد، گردشگری شهری است» (Shiji, 2017: 30).

برای اینکه یک شهر بتواند برای گردشگران جاذبه ایجاد کند، بایستی واجد ارزش‌ها و میراثی باشد که در کنار زیرساخت‌های کامل خود، برآورده‌کننده خواسته‌ها و نیازهای گردشگران بوده و تصویری مثبت در اذهان بازدیدکنندگان به وجود آورد. نیز ضرورت دارد که احتیاجات روزمره در شهر قابل‌رفع و رجوع بوده و محیط زندگی مناسبی فراهم آمده باشد (Valentina, 2013:194). به این ترتیب، زایش و رونق گردشگری در شهرها منبث از عوامل گوناگونی است که می‌توان از آن‌ها به عنوان منابع محیطی گردشگری یاد کرد. منابع محیطی گردشگری، عناصری از یک مقصد هستند که بازدیدکنندگان را از محل زندگی خود دور ساخته و به آن مقصد متوجه می‌سازد. به بیان دیگر منابع محیطی گردشگری جذابیت‌هایی از محیط مقصد هستند که بازدیدکنندگان را جذب کرده یا آن‌ها را به سمت انتخاب آن مقصد سوق می‌دهند (Boivin & Tanguary, 2019). ریشیه و کراوچ^۲ (۲۰۰۳)، معتقدند که جذابیت گردشگری بر ویژگی‌های یک مقصد استوار است، مانند جغرافیا و آب‌وهوا، فرهنگ و تاریخ، فعالیت‌های ارائه‌شده، اشکال سرگرمی، و امروزه علاوه بر جاذبه‌های طبیعت که همواره و بدون چون‌وچرا در زمره منابع محیطی قرار می‌گرفته‌اند، جذابیت‌های انسان‌ساخت نیز در جرگه منابع محیطی گردشگری معرفی می‌گردند. برای مثال استبلر، پاپاتودورو و سیتکلیر^۳ (۲۰۱۰) دو جزء منابع محیطی گردشگری را شامل جاذبه‌های طبیعی و جذابیت‌های انسان‌ساخت (فرهنگ، سنن، آیین، رویدادها و...) می‌دانند. سازمان جهانی گردشگری نیز ارکان اصلی منابع محیطی گردشگری را در منابع طبیعی و منابع اجتماعی و فرهنگی خلاصه نموده است (UNWTO, 2004).

در ادبیات مربوط، منابع محیطی گردشگری شهری در دسته‌های زیر طبقه‌بندی شده‌اند:

الف) متغیرهای مربوط به زیرساخت‌های مقاصد شهری (Ashworth & Page, 2020; Crouch, 2011) مانند اقامتگاه‌ها به‌ویژه موقعیت مکانی آن‌ها که عامل مهمی در رضایت و جذب گردشگر است (Latinopoulos, 2020) و فروشگاه‌ها از این نظر که انواع خاصی از خرید در فروشگاه‌های یک مقصد می‌تواند برای گردشگران جاذب باشد (Hurst & Niehm, 2012).

ب) متغیرهای مربوط به تاریخ و فرهنگ مقاصد، مانند موزه‌ها و بناهای تاریخی که از ارکان گردشگری فرهنگی در شهرها هستند (Campa et al., 2019). جشنواره‌ها به دلیل تجلی اتفاقات گذشته در آن‌ها (Borges et al., 2021)؛ جاذبه‌های فرهنگی به این دلیل که ارزش میراث تاریخی-فرهنگی در سطح محلی و خدمات فرهنگی بر تصمیم به بازدید از اماکن میراثی تأثیر می‌گذارد (Tu, 2020)؛ سبک زندگی در شهرها به دلیل کیفیت زندگی و آسایشی که به‌واسطه آن‌ها می‌تواند فراهم گردد (Montezuma & McGarrigle, 2019)؛ زندگی شبانه که جویندگان ماجراجو و سرگرم‌کننده را به خود جلب می‌کند (Fraiz et al., 2020) و بالاخره غذا که برای اغلب گردشگران برانگیزاننده است (Mariani, et al., 2022).

1. Colantonio and Potter

2. Ritchie & Crouch

3. Stabler, Papatheodorou, and Sinclair

ج) متغیرهای مربوط به زندگی شهری مانند حمل و نقل که می‌تواند به حفظ اشکال پایدارتر گردشگری کمک کند (Romão & Bi, 2021)؛ اطلاعات گردشگری که بازدیدکننده را از عرضه محصولات و خدمات آگاه می‌سازد و دانش افراد در باره جاذبه‌های گردشگری را ارتقاء می‌بخشد. بر این موارد بایستی نشانه‌های موجود در مقصد و فضاهای عمومی، که بر تصویر مقصد تأثیر می‌گذارند را نیز اضافه نمود (Mikulić et al., 2016).

د) متغیرهای مربوط به پایداری مقصد، زیرا گردشگران به واسطه پایداری فرهنگی به‌ویژه حفظ میراث و همچنین با بازدید از مقاصدی که به دنبال پایداری زیست‌محیطی هستند جذب می‌شوند (Boivin & Tanguay, 2018).

از نگاه ریشیه و کراوچ^۱ (۲۰۰۳) عوامل محیطی گردشگری می‌توانند علاوه بر مفهوم طبیعی و اجتماعی-فرهنگی، متضمن منابع اقتصادی، سیاسی و حتی فناورانه هم باشند. سازمان جهانی گردشگری (۲۰۰۴) نیز منابع گردشگری را در چهار دسته به شرح زیر معرفی نموده است:

منابع طبیعی: توپوگرافی؛ مناظر؛ گیاهان و جانوران و تنوع زیستی؛ سواحل؛ کوه‌ها؛ رودها، چشمه‌ها، دریاها و اقیانوس‌ها؛ آبشارها؛ آب‌وهوا؛ آفتاب، برف و باد؛ و بهداشت و درمان؛

منابع فرهنگی- اجتماعی: موسیقی؛ آیین؛ غذاها؛ هنرهای سنتی و دستی؛ تاریخ؛ جاذبه‌های معماری؛ پوشش و لباس؛ زبان؛ درمان؛ دوست‌یابی؛ محیط باز؛ مذهب؛ ایمنی و...

منابع زیرساختی: اقامت؛ امتعه و اشربه؛ تفریحی؛ ورزشی؛ بوستان‌های ویژه؛ سرگرمی؛ سلامت و بهداشت؛ آب‌های معدنی؛ مراکز پیکوبی؛ و..

منابع فراساختی: خدمات اقامت؛ خدمات تغذیه؛ خدمات سلامت و بهداشت؛ خدمات آب‌های معدنی و درمانی، رویدادها؛ خرید؛ راهنمای گردشگری؛ اطلاعات؛ برنامه برای گردشگران و غیره (UNWTO, 2004).

بر اساس نظریه «همپوشانی شهرها»^۲، چند نوع شهر گردشگری وجود دارد و هر کدام منابع شهری خاص خود را دارند: شهر تاریخی، شهر فرهنگی، شهر با زندگی شبانه، و شهر بازاری و شهر چند بنیانی^۳ که بخش‌هایی از هر چهار قسم یاد شده را داراست (Burtenshaw et al., 1991).

روش پژوهش

روش پژوهش توصیفی-تحلیلی و مبتنی بر داده‌های پیمایشی و اطلاعات کتابخانه‌ای است. در اجرای تحقیق ابتدا مؤلفه‌های نماگر منابع محیطی گردشگری با مطالعه در ادبیات تحقیق و طی جلسات مشورتی با ۱۵ خبره شامل مدیر و کارشناسان اداره میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و کارشناسان امور اجتماعی و اداره امور اقتصادی فرمانداری شهرستان خوانسار صورت گرفته، شناسایی شده‌اند. نماگرهای فوق با نظر محقق در ۵ دسته طبیعی و محیط‌زیستی، فرهنگی، اجتماعی- نهادی، اقتصادی، و خدماتی- رفاهی قرار داده شدند. برای ارزیابی منابع از ابزار پرسشنامه و روش پیمایش بهره گرفته شده است. پرسشنامه از نوع محقق ساخته و مشتمل بر ۳۷ گویه بوده که در هر گویه از پاسخگو خواسته شده پاسخ دهد که هر مکان یا پدیده مطرح شده در سؤال تا چه میزان سبب انگیزش وی در سفر به خوانسار شده است. پاسخگو در یکی از طیف‌های از هیچ تا زیاد نظر خود را بیان داشته است. نمونه آماری مشتمل بر ۳۵۰ نفر شامل ۱۹۲ نفر مرد و ۱۵۸ نفر زن از جامعه گردشگران منطقه بوده که بر مبنای مدل کوکران (با سطح خطای ۵ درصد) از

1. Ritchie and Crouch

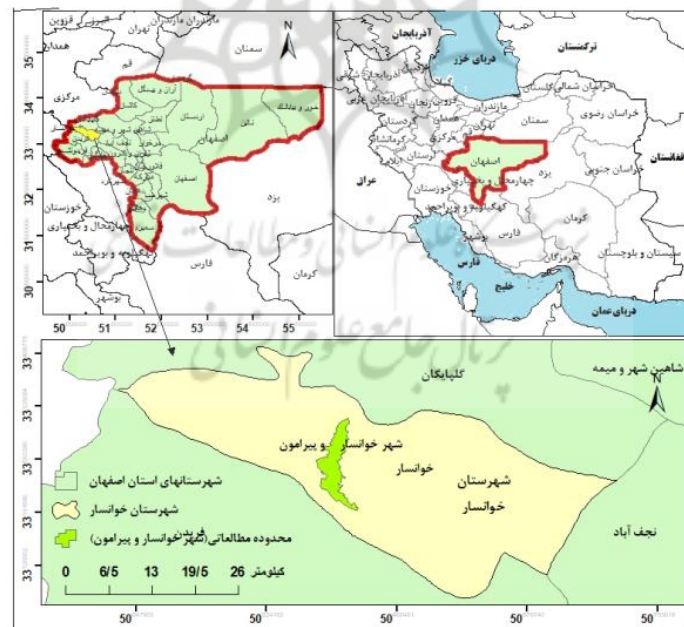
2. Overlapping cities

3. Polyvalent city

برآورد جامعه آماری ۴۰۰۰ نفر گردشگر (شهرداری خوانسار، ۱۳۹۷) در سال به طریق طبقه‌بندی شده انتخاب شدند، به گونه‌ای که نمونه در ماه‌های مختلف سال و روزهای هفته به طور نسبتاً یکسان توزیع گردد. میانگین سنی نمونه ۳۰/۲ سال، دامنه سن آن‌ها بین ۱۸ تا ۷۲ سال بوده و به لحاظ تحصیلات ۷/۲ درصد تحصیلاتی در سطح کارشناسی ارشد و بالاتر، ۵۲/۶ درصد دارای تحصیلات بالاتر از متوسطه تا کارشناسی ارشد، ۴۰/۱ درصد تحصیلات متوسطه و پایین‌تر داشته‌اند. همچنین حدود ۸۰ درصد از نمونه آماری بیش از ۴ بار شهر خوانسار را برای مقصد گردشگری خود انتخاب نموده‌اند. اطلاعات پرسشنامه‌ها در نرم‌افزار SPSS وارد شده و با اجرای آزمون فریدمن مورد تحلیل قرار گرفتند. پس از دریافت خروجی مدل، هر نماگر به استناد رقم میانگین رتبه و با توجه به دامنه تغییرات حداکثر و حداقل رقم رتبه نماگرها (۳/حداقل رقم - حداکثر رقم)، از نظر میزان انگیزش برای سفر فرد پاسخگو (گردشگر) به شهر خوانسار یا عبارت دیگر از نظر انگیزش سفرهای گردشگری، در یکی از سه حالت تأثیرگذار، نسبتاً تأثیرگذار و بدون تأثیر قرار داده شده است. در نهایت با اجرای آزمون تی تک نمونه‌ای مشخص شده که هر دسته از ابعاد پنجگانه نماگرها، به لحاظ گردشگری در چه سطح جذابی قرار دارند.

محدوده مورد مطالعه

منطقه مورد بررسی در این تحقیق شهر خوانسار و پیرامون آن است. خوانسار شهری از استان اصفهان است که در شمال غرب این استان و در فاصله حدود ۱۵۰ کیلومتری شهر اصفهان قرار گرفته است (شکل ۱). ارتفاع شهر از سطح دریا ۲۲۵۰ متر، مساحت شهر حدود ۲۷ هکتار (شهرداری خوانسار، ۱۳۹۷) و جمعیت آن در سرشماری عمومی نفوس و مسکن در سال ۱۳۹۵، ۲۱۸۸۳ نفر بوده است (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵).



شکل ۱. موقعیت محدوده مورد مطالعه شهر خوانسار و پیرامون

یافته‌ها

نتایج مدل فریدمن در خصوص ۳۷ نماگر منابع محیطی گردشگری به شرح جدول ۲ بوده است.

جدول ۲. وضعیت نماگرهای منابع محیطی گردشگری در آزمون فریدمن

ردیف	نماگر	بعد	میانگین رتبه‌ها	وضعیت تأثیرگذاری بر جلب گردشگران
۱	غار دامنه	طبیعی و محیط‌زیستی	۲۶/۶۱	
۲	تجارت و خریدوفروش	اقتصادی	۲۶/۴۹	
۳	سدباغکل	طبیعی و محیط‌زیستی	۲۴/۸۶	
۴	سرمایه‌گذاری کردن	اقتصادی	۲۴/۷۷	
۵	آثار فرهنگی- تاریخی (خانه حبیبی ها و..)	فرهنگی	۲۴/۴۸	
۶	زیارت امامزادگان	فرهنگی	۲۴/۴۱	
۷	نوع پوشش مردم	اجتماعی- نهادی	۲۳/۱۷	
۸	مقبره بابا پیر ترک	فرهنگی	۲۳/۰۳	تأثیرگذار
۹	سرویس‌های بهداشتی	خدماتی- رفاهی	۲۲/۷۱	
۱۰	مسجد جامع	فرهنگی	۲۲/۵۰	
۱۱	وضعیت جاده‌ها	خدواتی- رفاهی	۲۱/۸۵	
۱۲	پارک غسل	طبیعی و محیط‌زیستی	۲۱/۷۸	
۱۳	گویش خوانساری	اجتماعی- نهادی	۲۰/۷۸	
۱۴	نبود تعصبات مذهبی دلسردکننده	اجتماعی- نهادی	۲۰/۱۴	
۱۵	سوغات و صنایع‌دستی	اقتصادی	۲۰/۱۰	
۱۶	امکانات اقامتی	خدماتی- رفاهی	۱۹/۷۸	
۱۷	امکانات پارک خودرو	خدماتی- رفاهی	۱۹/۳۸	
۱۸	گردآوری گیاهان دارویی	اقتصادی	۱۹/۲۶	
۱۹	آثار تاریخی و معماری روستاهای نزدیک	فرهنگی	۱۹/۲۲	
۲۰	دسترسی به جایگاه سوخت و کیفیت مراکز خدمات فنی خودرو	خدماتی- رفاهی	۱۸/۵۵	
۲۱	مراکز پذیرایی و غذاخوری‌ها	خدماتی - رفاهی	۱۸/۵۱	نسبتاً تأثیرگذار
۲۲	خدمات ارتباطی (اینترنت و...)	خدماتی - رفاهی	۱۸/۰۵	
۲۳	گلستان کوه و لاله‌های واژگون آن	طبیعی و محیط‌زیستی	۱۷/۴۱	
۲۴	آیین‌های سنتی (عزاداری و...)	اجتماعی- نهادی	۱۶/۵۶	
۲۵	مهمان‌نوازی	اجتماعی- نهادی	۱۶/۱۴	
۲۶	غذا و شیرینی‌های محلی	اجتماعی- نهادی	۱۵/۹۴	
۲۷	وجود نظم و انضباط در شهر	اجتماعی- نهادی	۱۵/۰۷	
۲۸	خیابان‌ها (به‌خصوص تونل سبز)	طبیعی و محیط‌زیستی	۱۴/۰۱	
۲۹	نظافت و پاکیزگی در شهر	اجتماعی- نهادی	۱۳/۸۸	
۳۰	میلان شهری	اجتماعی- نهادی	۱۳/۰۲	
۳۱	کوه‌ها	طبیعی و محیط‌زیستی	۱۲/۹۸	
۳۲	احساس امنیت	اجتماعی- نهادی	۱۲/۹۰	
۳۳	باغات و کوچه‌باغ‌ها	طبیعی و محیط‌زیستی	۱۱/۸۰	بدون تأثیر
۳۴	پارک سرچشمه	طبیعی و محیط‌زیستی	۱۰/۹۸	
۳۵	رودخانه‌ها	طبیعی و محیط‌زیستی	۱۰/۵۳	
۳۶	آب‌وهوا	طبیعی و محیط‌زیستی	۸/۹۶	
۳۷	چشمه‌ها	طبیعی و محیط‌زیستی	۸/۴۸	

نتایج آزمون تی-تک‌نمونه‌ای در مورد مراتب جذابیت ابعاد پنجگانه طبیعی و محیط‌زیستی، اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی- نهادی و خدماتی رفاهی در گردشگری محدوده مطالعاتی نیز در جدول ۳ درج شده است.

جدول ۳. وضعیت جذابیت ابعاد نماگرهای تأثیرگذار بر گردشگری شهر خوانسار

بعد	تعداد نماگر	آماره تی	سطح معناداری (دوطرفه)	میانگین مورد انتظار	میانگین واقعی	اختلاف دو میانگین	وضعیت جذابیت ابعاد در جلب گردشگر
بعد طبیعی و محیط‌زیستی	۱۱	-۳/۵۰	۰/۰۰۱	۳۳	۲۹/۶۵	-۳/۳۵	جذابیت بینابینی
بعد فرهنگی	۵	۵/۶۲	۰/۰۰۰	۱۵	۲۰/۰۸	۵/۰۸	جذابیت بسیار زیاد
بعد اجتماعی و نهادی	۸	۰/۲۰۶	۰/۸۳۵	۲۴	۲۴/۲۳	۰/۲۳	جذابیت بینابینی
بعد اقتصادی	۴	۴/۸۸	۰/۰۰۰	۱۲	۱۸/۰۱	۶/۰۱	جذابیت بسیار زیاد
بعد خدماتی و رفاهی	۹	۰/۵۵۶	۰/۵۸۱	۲۷	۲۷/۷۳	۰/۷۳	جذابیت بینابینی
مجموع	۳۷	۲/۴۷	۰/۰۱۶	۱۰۸	۱۱۶/۷۱	۸/۷۱	جذابیت بینابینی

بحث

اطلاعات جدول ۱ نشان می‌دهد که از میان ۳۷ نماگر منابع محیطی گردشگری شهر خوانسار، در نظر نمونه آماری ۱۵ نماگر «تأثیرگذار»، ۱۳ نماگر «نسبتاً تأثیرگذار» و ۹ نماگر «بدون تأثیر» بر جلب گردشگر ارزیابی شده‌اند. در میان نماگرهای تأثیرگذار، تنها ۳ متغیر غار دامنه، سد باغکل و پارک عسل (در رتبه دوازدهم و با فاصله زیاد از دو نمایاگر قبلی که رتبه‌های اول و سوم دارند) جنبه طبیعی داشته‌اند. غار دامنه در مسیر خوانسار به اصفهان، در منطقه‌ای به نام «دامنه»، در یک دره واقع شده و در حدود ۳۵ متر طول دارد. سد باغکل نماگر تأثیرگذار سوم در میان ۳۷ نماگر بوده و در کیلومتر ۲ جاده خوانسار اصفهان بر روی رودخانه باغکل احداث شده است. تجارت و خریدوفروش، جست‌وجوی زمینه‌های سرمایه‌گذاری، و سوغات و صنایع‌دستی رتبه‌های به ترتیب دوم، چهارم و پانزدهم سه نماگر تأثیرگذار منابع محیطی در بعد اقتصادی در جلب گردشگر به خوانسار بوده‌اند که جنبه اقتصادی دارند. از ۳۷ نماگر منابع محیطی شناسایی شده، در مجموع ۴ نماگر جنبه اقتصادی داشته که تمامی آن‌ها (جز گردآوری گیاهان دارویی که نسبتاً تأثیرگذار دانسته شده) در نگاه گردشگران، «تأثیرگذار» ارزیابی گردیده‌اند. این بدان معناست که سفرهای گردشگری به خوانسار در سطح بالایی با مقاصد اقتصادی صورت گرفته و آن‌ها در جست‌وجوی منافع اقتصادی و با انگیزه‌های اقتصادی به خوانسار سفر کرده‌اند. همچنین جست‌وجوی زمینه‌های سرمایه‌گذاری از انگیزه‌ها و عوامل برانگیزاننده در سفر گردشگران به محدوده مطالعاتی بوده‌اند که در مرتبه چهارم از نماگرها قرار گرفته و این نشان از وجود بسترها و قابلیت‌های سرمایه‌گذاری و تجارت در شهر خوانسار دارد. سوغات و صنایع‌دستی مقوله‌ای اقتصادی است که با رتبه پانزدهم بر جلب گردشگر «تأثیرگذار» ارزیابی گردیده است.

۴ نماگر تأثیرگذار بر جلب گردشگر جنبه فرهنگی داشته‌اند که به ترتیب عبارت‌اند از: آثار تاریخی و میراث فرهنگی (رتبه پنجم)، زیارت امامزادگان (رتبه ششم)، بازدید از مقبره باباترک (رتبه هشتم) و مسجد جامع (رتبه دهم). بازدید از زیارتگاه‌های مربوط به امامزادگان شامل آستان‌های امامزاده احمد، امامزاده محمود و امامزاده صالح در این میان واجد جذبه بالاتری برای گردشگری دانسته شده‌اند. پس‌از آن آثار تاریخی و فرهنگی دومین نماگر تأثیرگذار بوده‌اند. پوشش و لباس محلی با رتبه هفتم، گویش خوانساری با رتبه سیزدهم و نبود تعصبات مذهبی مایوس‌کننده با رتبه چهاردهم، سه نماگر تأثیرگذار بر جلب گردشگر با بنیان اجتماعی بوده‌اند.

از نماگرهای خدماتی و رفاهی از منابع محیطی گردشگری دو مورد یعنی سرویس‌های بهداشتی با رتبه نه و وضعیت جاده دسترسی به خوانسار با رتبه یازده، نماگرهای تأثیرگذار ارزیابی گردیده‌اند.

گلستان کوه و لاله‌های واژگون آن و خیابان‌های با حالت تونل سبز دو نماگر بعد طبیعی از منابع محیطی نسبتاً تأثیرگذار بر سفرهای گردشگری به خوانسار تلقی گردیده‌اند. گردآوری گیاهان دارویی نماگر منابع محیطی نسبتاً تأثیرگذار دیگر در بعد اقتصادی است که در ایجاد انگیزه در سفرهای گردشگری به خوانسار نسبتاً برانگیزاننده بوده است. تنها نماگر فرهنگی که نسبتاً «تأثیرگذار» ارزیابی شده، آثار معماری و میراثی روستاهای نزدیک شهر خوانسار بوده است. چهار نماگر نسبتاً تأثیرگذار از رتبه‌های بیست و چهارم تا بیست و هفتم جنبه اجتماعی- نهادی داشته و عبارت‌اند از: آیین‌های سنتی، مهمان‌نوازی، غذاهای محلی و نظم و انضباط در شهر.

کیفیت هتل‌ها و مراکز اقامتی، تسهیلات پارک خودرو در سطح شهر و اماکن گردشگری، دسترسی به جایگاه سوخت، تعمیرگاه‌ها و مراکز خدمات خودرو، مراکز پذیرایی و غذاخوری‌ها و بالاخره خدمات اینترنتی و مخابراتی پنج نماگر بعد خدماتی - رفاهی از منابع محیطی، از نگاه نمونه آماری برای انگیزش سفرهای گردشگری به خوانسار، نسبتاً تأثیرگذار ارزیابی گردیده‌اند.

از مجموع ۹ نماگری که در نظر گروه نمونه آماری از گردشگران در انگیزش سفر به خوانسار بی‌تأثیر بوده و نتوانسته رضایت و رغبت در آن‌ها ایجاد نماید ۷ مورد جنبه طبیعی و محیط‌زیستی داشته و ۲ مورد اجتماعی - نهادی بوده‌اند. وضعیت نظافت شهر مورد رضایت گردشگران نبوده است.

اطلاعات جدول ۲ نیز حاکی است که ابعاد اقتصادی و فرهنگی در مجموع واجد جذابیت بسیار برای جذب گردشگران بوده و سه بعد دیگر جذابیت بینایی داشته‌اند. همچنین از نگاه نمونه آماری از گردشگران، هیچ‌کدام از ابعاد واجد جذابیت بسیار کم نبوده است.

نتیجه‌گیری

نتایج تحقیق نشان داد که محدوده مطالعاتی باوجود وسعت محدود حدود ۳۰ هکتاری، در ابعاد مختلف طبیعت‌گردی، گردشگری میراث و حتی گردشگری تجاری واجد ظرفیت‌های بالفعل فراوان است. با توجه به آنچه در تحقیقات در مورد مکان‌های دیگر به‌دست‌آمده، کمتر مکانی است که در این وسعت، این‌همه قابلیت و جاذبه برای گردشگر را در خود جمع آورده باشد. خوانسار از یک‌سو به‌واسطه آب‌وهوای مطبوع و محیط طبیعی دلکش خود با بهره‌مندی از چشمه‌سارها، در فاصله نزدیک از چند قطب بزرگ جمعیتی شهری- صنعتی برای ساکنان خسته از محیط‌های شلوغ شهری جلب‌توجه می‌کند، به‌واسطه برخورداری میراث ملموس و غیرملموس فرهنگی برای طیف خاص گردشگران علاقه‌مند به این مقوله، جذاب است و به دلیل گونه‌های دارویی و فرآورده‌های کشاورزی، گردشگران تجاری را به خود فرامی‌خواند. این در حالی است که بر اساس آنچه در پیشینه تحقیق اشاره گردید در شترن چین با آن‌همه وسعت، تنها منابع اکولوژیک محیط در جذب گردشگر برجسته می‌نمایند؛ در ساراواک مالزی، وجه تجاری چندان مهم نیست؛ در داکای بنگلادش، وجه تجاری جلب‌توجه نمی‌کند؛ در دانگ‌نگ ویتنام جاذبه منحصر به عوامل اکولوژیکی و محیط طبیعی است؛ در شهرستان خوی و استان اردبیل، وجه تجاری بی‌اهمیت است؛ در یاسوج گردشگری میراث و تجاری، جلوه چندان ندارد و در کلان‌شهر شیراز، طبیعت‌گردی کم‌اهمیت است.

۳۷ متغیر شناسایی شده از منابع محیطی، همه به نحوی در جلب گردشگر به محدوده مطالعاتی اثر گذاشته‌اند اما درجه تأثیرگذاری آن‌ها بسیار متفاوت بوده است. برخلاف سوابق و شهرت شهر، کم‌تأثیرترین متغیرها، متغیرهای طبیعی و زیست‌محیطی بوده‌اند. شرایط و ظرفیت‌های محیط طبیعی برای گردشگران در سفر به خوانسار چندان برانگیزاننده نبوده

و در سطح پایین‌تری از ابعاد دیگر برای جلب گردشگر جذابیت ایجاد کرده‌اند. برعکس ابعاد اقتصادی و فرهنگی با تأثیرگذاری بالایی نمایان شده‌اند. در مطالعات حقی و حیدرزاده نیز که پیشران‌های گردشگری در خوانسار را بررسی کرده‌اند، نتایج مشابهی آشکار شده است. تسمیه خوانسار بر اساس چشمه‌های آب متعدد و مخصوصاً چشمه‌های جاری در پارک سرچشمه فعلی شهر بوده اما این متغیر، پایین‌ترین رتبه را دریافت کرده است. تغییرات آب‌وهوایی که با کاهش بارش، گرما و تبخیر بیشتر و بروز خشک‌سالی‌ها مشخص گردیده، چنان‌که سایر نقاط کشور بر منابع آبی و چشمه‌های خوانسار تأثیر منفی گذاشته است. این موضوع بر درختان و باغات شهر نیز که به واسطه آن‌ها برخی محققان به این شهر باغ‌شهر اطلاق نموده‌اند نیز تأثیرات منفی داشته است. در عین حال، ساخت‌وسازهای سال‌های اخیر هم در بافت محلاتی که چنین ویژگی‌هایی داشته‌اند تغییر ایجاد کرده است. چنان‌که نتایج مطالعاتی که ۱۰ سال پیش از تحقیق اخیر به وسیله سلطانی و همکاران و ۱۷ سال قبل توسط سلطانی و نوری صورت گرفته دلالت بر این داشته که شرایط طبیعی اولویت اول گردشگران در انتخاب منطقه خوانسار به عنوان مقصد گردشگری در خوانسار بوده است. گردشگران، ارزیابی مثبتی از نظافت و پاکیزگی و نظم و انضباط شهری نداشته‌اند. این دو از یک‌سو متغیرهایی نهادی بوده و به عملکرد نهادهای مسئول به خصوص شهرداری ارتباط دارند و از سوی دیگر به فرهنگ شهرنشینی و سبک زندگی مردم مربوط می‌شوند. بسیاری از آیین‌ها و رسومات کهن، پوشش‌های سنتی، گویش خوانساری و بسیاری از غذاهای محلی در گذر زمان زایل شده‌اند و از این رو این‌ها برای گردشگران چندان جذابیتی ایجاد نکرده‌اند. بنابراین احیاء آن‌ها نه تنها حس تعلق به بوم و هویت را تقویت کرده و از این منظر در توسعه شهری تأثیرگذار تواند بود بلکه در جلب گردشگر نیز می‌تواند مؤثر واقع گردد. همچنین نتایج تحقیق نشان داد که امکانات خدماتی رفاهی شهر چندان مورد رضایت گردشگران نبوده است.

پیشنهادهای:

- در محیط خشک فلات ایران، آنچه بیشتر برای گردشگران داخلی دلپذیر است، طبیعت سرسبز و عرصه‌های آبی یک سرزمین است. خوانسار دیرزمانی چنین نقشی ایفا می‌نموده اما در گذر زمان خشک‌سالی‌ها از یک‌سو و گسترش شهر و تأسیسات شهری بر روی باغات و زمین‌های کشاورزی، فشار جمعیت و بهره‌برداری فشرده از زمین، سبب خشکی و کم‌آبی چشمه‌سارها، از بین رفتن بسیاری باغات و زوال چشم‌اندازهای طبیعی شده است. حفظ طبیعت و سرسبزی شهر در درجه نخست مرهون وضع ضوابط و مقررات مناسب و مهم‌تر از آن اجرای مقررات بدون هرگونه مسامحه است. ضمن آنکه بایستی با سرمایه‌گذاری در استفاده از فنون نوین، از منابع آبی و ظرفیت‌های طبیعی که هر آینه تنزل می‌یابند، با نهایت راندمان ممکن، در جهت احیاء باغات و چشم‌اندازهای سبز و گسترش آن‌ها بهره برد.
- کنترل گردشگران برای جلوگیری از آسیب‌های عمدی یا ناآگاهانه آنان در محیط‌های باز (خارج از اماکن) که در مورد خوانسار بیشتر مصداق دارد، دشوار است. حفظ و حراست از طبیعت در کشور ما پویشی ملی و نهضتی فرهنگی می‌طلبد که در این صورت مراکز جذب گردشگر در خوانسار نیز از آن بی‌بهره نخواهد بود.
- آنچه تا کنون در گردشگری خوانسار مشهود بوده چنین است که گردشگری در این سرزمین کمتر به اقامت و اطراق شبانه می‌انجامیده است. به عبارتی، گردشگران این شهر غالباً آن‌هایی بوده‌اند که از شهرها و روستاهای نه‌چندان دور مراجعه داشته و در پایان روز به موطن خود بازمی‌گشته‌اند. سرمایه‌گذاری اولیه‌ای برای احداث انواع مراکز اقامتی و خدماتی که مناسب اقشار و طبقات درآمدی مختلف باشد، می‌تواند این نقیصه را برطرف ساخته و تحولی در فعالیت‌های گردشگری فراهم آورد.

در تکمیل این تحقیق و در جهت توسعه گردشگری خوانسار، پژوهشی در تعیین برند گردشگری درخور که امروزه پیشران بازاریابی گردشگری در فضای رقابت‌آمیز میان مکان‌ها به‌شمار می‌رود و نیز تدوین یک برنامه راهبردی برای توسعه گردشگری خوانسار پیشنهاد می‌گردد.

حامی مالی

بنا به اظهار نویسنده مسئول، این مقاله حامی مالی نداشته است.

سهم نویسندگان در پژوهش

همه نویسندگان در نگارش بخش‌های مختلف مقاله مشارکت داشتند.

تضاد منافع

نویسنده (نویسندگان) اعلام می‌دارند که هیچ تضاد منافی در رابطه با نویسندگی و یا انتشار این مقاله ندارند.

تقدیر و تشکر

نویسنده (نویسندگان)، از همه افراد، به دلیل مشاوره و راهنمایی علمی و مشارکت‌شان در این مقاله تشکر و قدردانی می‌نمایند.

منابع

- الطافی، مصطفی؛ اسکندری‌ثانی، محمد؛ متولی صدرالدین و جانباز قبادی، غلامرضا. (۱۴۰۲). تحلیل معیارهای تأثیرگذار بر توسعه گردشگری شهری پایدار (مطالعه موردی: شهر شاهرود). *جغرافیا و پایداری محیط*، ۱۳(۲)، ۲۷-۱. <https://doi.org/10.22126/ges.2022.8129.2566>
- امانپور، سعید؛ ملک، سعید؛ احدنژاد روشنی، محسن و مفرد مرادی، سمیرا. (۱۳۹۷). ارزیابی کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری شهری در راستای توسعه پایدار شهری (مورد مطالعه: شهر شوشتر). *جغرافیا (نشریه انجمن جغرافیای ایران)*، ۱۵(۵۴)، ۷۹-۹۸.
- تقوایی، مسعود؛ رضایی، محمدرضا و تازش، یوسف. (۱۳۹۶). توانمندی‌های محیط طبیعی و نقش آن در برنامه‌ریزی توسعه گردشگری - مورد مطالعه: شهر یاسوج. *جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)*، ۸(۱)، ۳۴۵-۳۶۱.
- جلالیان، سیداسحاق و بیکی، پریسا. (۱۴۰۲). تحلیل مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه گردشگری فرهنگی در کلان‌شهر شیراز. *مجله گردشگری شهری*، ۱۰(۱)، ۲۱-۱. <http://doi.org/10.22059/JUT.2023.351748.1088>
- حسین‌زاده، ضیاء؛ شکوه، سارا و مهربانی‌گلزار، محمدرضا. (۱۴۰۱). شناسایی ظرفیت‌های موجود بر فضای بام جهت توسعه گردشگری در شهرهای ایرانی. *مجله گردشگری و فرهنگ*، ۳(۱۰)، ۲۹-۳۴. <https://doi.org/10.22034/TOC.2022.337519.1080>
- حق، محمدرضا و حیدرزاده، احسان. (۱۴۰۰). عوامل پیشران در تحقق گردشگری پایدار شهری با رویکرد اکوتوریسم نمونه موردی: شهر خوانسار. *فصلنامه گردشگری و توسعه*، ۱۱(۲)، ۳۷-۱۹. <https://doi.org/10.22034/jtd.2021.285189.2338>
- حیدری سورشجانی، رسول. (۱۳۹۶). مدل‌سازی ساختاری عوامل مؤثر بر جذب گردشگران به پدیده‌های گردشگری مصنوعی (مورد مطالعه: پارک و دریاچه چیتگر تهران). *گردشگری و توسعه*، ۶(۱۱)، ۱۴۹-۱۶۸.
- سلطانی، زهرا؛ کیانی، صدیقه و تقدیسی، احمد. (۱۳۹۲). نقش اکوتوریسم در فرصت‌های شغلی و افزایش درآمد (نمونه موردی: شهرستان خوانسار). *فصلنامه تحقیقات جغرافیایی*، ۲۸(۴)، ۱۳۷-۱۵۲.
- سلطانی، زهرا و نوری، سید هدایت‌اله. (۱۳۸۴). ارزیابی توان محیطی شهرستان خوانسار به‌منظور توسعه توریسم با استفاده از ابزار GIS. *فصلنامه تحقیقات جغرافیایی*، ۹۹، ۷۸-۱۰۲.
- شهرداری خوانسار- پایگاه اطلاع‌رسانی. (۱۳۹۸). *آثار تاریخی و میراث فرهنگی خوانسار*، بازیابی در تاریخ ۱۳۹۸/۴/۲۷ از: <http://shahrdari.khansar.ir>

- صیاد بیدهندی، لیلا و قرخلو، مهدی. (۱۳۹۷). تحلیل و سطح‌بندی جاذبه‌های گردشگری استان اردبیل. *مجله گردشگری شهری*، ۱(۱)، ۱۲۵-۱۱۳. <https://doi.org/10.22059/jut.2018.220882.267113-125>
- غفوری گیلانده، عطا؛ ده‌زاده سیلابی، پروین و قدیمی، مریم. (۱۳۹۵). رتبه‌بندی جاذبه‌های گردشگری بر اساس پتانسیل جذب گردشگر با استفاده از مدل تاکسونومی عددی (مورد مطالعه: شهرستان خوی). *اقتصاد و مدیریت شهری*، ۲۰، ۱۱۳-۱۲۷.
- مرکز آمار ایران. (۱۳۹۵). نتایج نهایی سرشماری عمومی نفوس و مسکن شهرستان خوانسار، بازبایی در تاریخ ۱۳۹۸/۴/۲۰ از: <https://amar.org.ir/statistical-information>

References

- Altafi, M., Eskandari Sani, M., Gholamreza, Sadroddin M., & Janbaz Ghobadi, Gh. (2023). Analysis of influencing criteria on the development of sustainable urban tourism (case study: Shahrood city). *Geography and Environmental Sustainability*, 13(2), 1-27. <https://doi.org/10.22126/ges.2022.8129.2566> [in Persian]
- Amanpour, S.,; Malek, S., Ahadnejad Rushti, M., & Mofard Moradi, S. (2018). Evaluating the environmental quality of urban tourism destinations in line with sustainable urban development (case study: Shushtar city). *Geography* (Journal of the Iranian Geography Association), 15(24), 79-98. [in Persian]
- Ashworth, G., & Page, S.J. (2020). Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. *Tour. Manag*, 32, 1-15. <http://doi.org/10.15640/jthm.v7n1a20>
- Borges, A.P., Cunha, C., & Lopes, J. (2021). The main factors that determine the intention to revisit a music festival. *J. Policy Res. Tour. Leis. Events*, 13, 314-335. <http://doi.org/10.1080/19407963.2020.1817051>
- Boivin, M.M., & Tanguay, G.A. (2018). How urban sustainable development can improve tourism attractiveness. *ARA J. Tour. Res.* 8.53-70. <http://doi.org/10.1344/ara.v8i2.27144>
- Boivin, M., & Tanguay, G. (2019) Analysis of the determinants of urban tourism attractiveness: The case of Québec City and Bordeaux *Journal of Destination Marketing & Management*, 11, 67-79. <http://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.11.002>
- Burtenshaw, D., Bateman, M., & Ashworth, G. J. (1991). *The European city: A western perspective*, Wiley, Fulton. <http://doi.org/10.4236/oalib.1101605>
- Campa, J.L., Pagliara, F., López-Lambas, M.E., Arce, R., & Guirao, B. (2019). Impact of high-speed rail on cultural tourism development: The experience of the Spanish museums and monuments. *Sustainability*, 11, 5845. <http://doi.org/10.3390/su11205845>
- Crouch, G. (2011). Destination competitiveness: An analysis of determinant attributes. *J. Travel Res.* 50(1), 27. <http://doi.org/10.1177/0047287510362776>
- Fraiz, J.A., de Carlos, P., & Araújo, N. (2020). Disclosing homogeneity within heterogeneity: A segmentation of Spanish active tourism based on motivational pull factors. *J. Outdoor Recreat. Tour* 30, 100294. <http://doi.org/10.1016/j.jort.2020.100294>
- Ghafouri Gilandeh, A., Dehdezadeh Seylabi, P., & Ghadimi, M. (2016). Ranking of tourist attractions based on the potential of attracting tourists using numerical taxonomy model (case study: Khoi city). *Economics and Urban Management*, 20, 113-127. <https://iueam.ir/article-1-772-fa.pdf>. [in Persian]
- Gu, Z., Zhang, Y., Chen, Y., & Chang, X. (2016). Analysis of attraction features of tourism destinations in a mega-city based on Check-in Data Mining (A case study of Shenzhen, China), *SPRS Int. J. Geo-Inf*, 5(11), 210 <http://doi.org/10.3390/ijgi5110210>
- Haghi, M.R., & Heydarzadeh, E. (2021). Driving factors in the realization of sustainable urban tourism with an ecotourism approach (case example study: Khansar city). *Tourism and Development Scientific-Research Quarterly*, 11(2), 19-37. <https://doi.org/10.22034/jtd.2021.285189.2338>. [in Persian]
- Hayllar, B., Griffin, A. & Edwards, D.-Eds. (2008). *City spaces and tourist places: Urban tourism precincts*, Butterworth-Heinemann, Oxford.- Hayllar, B., & Griffin, A., Edwards,

- D.-Eds. (2008). *City spaces and tourist places: Urban tourism precincts*, Butterworth-Heinemann, Oxford. <https://assets-global.website-files.com/6329bc97af73223b575983ac/648b1a25bc7>
- Heydari Sureshjani, R. (2017) Structural modeling of factors influencing the attraction of tourists to artificial tourism phenomena (case study: Chitgar Park and Lake, Tehran). *Tourism and Development*, 6(11), 149-168. SID. <https://sid.ir/paper/515963/fa>. [in Persian]
- Hossain, T. (2023). *Factors affecting the selection of tourism destination: A study among the youth tourists of Bangladesh*. Paper submitted to Business Research Course. University of Dhaka. <https://www.researchgate.net>
- Hosseinzadeh, Z., Shokouh, S., & Mehrabani Golzar, M. (2022). Identifying the existing capacities on the roof space for the development of tourism in Iranian cities. *Journal of Tourism and Culture*, 3(10), 29-34. <https://doi.org/10.22034/TOC.2022.337519.1080>. [in Persian]
- Hurst, J.L., & Niehm, L.S. (2012). Tourism shopping in rural markets: A case study in rural Iowa. *Int. J. Cult. Tour. Hosp. Res.* 6, 194–208. <http://doi.org/10.1108/17506181211246357>
- Iranian Statistic Center (2016). Final results of the 2016 Public Census of Population and Housing- Khansar city). Retrieved on 4/20/2017 from: <https://amar.org.ir/statistical-information>. [in Persian]
- Jalalian, S.E., & Biki, P. (2023). Analysis of the factors affecting the development of cultural tourism in Shiraz metropolis. *Journal of Urban Tourism*, 10(1), 1-21. <http://doi.org/10.22059/JUT.2023.351748.1088>. [in Persian]
- Judd, D., & Fainstein, S. (Eds.) *The tourist city*, Yale University Press, New Haven, CT.
- Khansar Municipality Web Site (2019) The historical monuments and cultural heritage of Khansar, retrieved on 4/27/2018 from: <http://shahrdari.khansar.ir>. [in Persian]
- Li, J., Guo, X., Lu, R., & Zhang, Y. (2022). Analyzing urban tourism accessibility using Real-Time Travel Data: A case study in Nanjing, China. *Sustainability*, 14, 12122. <http://doi.org/10.3390/su141912122>
- Lo, Ch. M., Azlan Mohamad, A., Chin, Ch., & Ramayah, T. (2017). The impact of natural resources, cultural heritage, and special events on tourism destination competitiveness: The moderating role of community support. *International Journal of Business and Society*, 18(4), 763-774.
- Mariani, M., & Okumus, B. (2022). Features, drivers, and outcomes of food tourism. *Br. Food J.*, 124401–405. <https://doi.org/10.1108/BFJ-02-2022-022>
- Mihalic, T. (2013). Performance of environmental resources of a tourist destination: concept and application. *Journal of Travel Research*, 5(52), 614-630. <https://doi.org/10.1177/0047287513478505>
- Mikulíć, J., Krešić, D., Prebežac, D., Milićević, K., & Šerić, M. (2016). Identifying drivers of destination attractiveness in a competitive environment: A comparison of approaches. *J. Destin. Mark. Manag.*, 5, 154–163. <http://doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.12.003>
- Pearce, D. (2001). An integrative framework to urban tourism research. *Annals of Tourism Research*, 28(4), 926-946. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(00\)00082-7](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(00)00082-7)
- Razavi, K., Themudo, F.B., & Amin, E. (2017). *The effective spatial qualities on Urban Tourism in Iran*. Focusing on social factors. MATEC Web of Conferences 124, 06003 (2017) <https://doi.org/10.1051/mateconf/201712406003>.
- Richards. G. (2013). Creativity and tourism in the city. *Current Issues In Tourism*, 17(2), 1-34. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.783794>
- Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I. (2003). *The competitive destination: A sustainable tourism perspective*. Wallingford, UK: CABI.
- Romão, J., & Bi, Y. (2021). Determinants of collective transport mode choice and its impacts on trip satisfaction in urban tourism. *J. Transp. Geogr.*, 94, 103094. <http://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2021.103094>
- Sayad Bidhendi, L., & Gharakhloo, M. (2018). Analysis and classification of tourist attractions in Ardabil Province. *Journal of Urban Tourism*, 5(1), 113-125 <https://doi.org/10.22059/jut.2018.220882.267>. [in Persian]
- Shiji, O. (2017). Urban tourism: The case of India. *International Journal of Advanced Education and Research*. 2(6), 30-36. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:216790829>

- Sirkis, G., Regalado-Pezúa, O., Carvache-Franco, O., & Carvache-Franco, W. (2022). The determining factors of attractiveness in urban tourism: A study in Mexico City, Buenos Aires, Bogota, and Lima. *Sustainability*, 14, 6900. <https://doi.org/10.3390/su1411690>
- Soltani, Z., Kiani, S., & Taghdisi, A. (2013). The role of ecotourism in job opportunities and increasing income (case study: Khansar city). *Geographical Research Quarterly*, 28(4), 137-152. [in Persian]
- Soltani, Z., & Nouri, S. H. (2005). Evaluatiing the environmental potential of Khansar city in order to develop tourism using GIS tools. *Geographical Research Quarterly*, 99, 78-102. [in Persian]
- Stahan, K.J. (2018). *Energy-efficient architecture and sustainable urban tourism: context, challenges and solution*. In book: Mobilities, tourism and travel behavior - contexts and boundaries. INTECH Publishing. <https://doi.org/10.5772/intechopen.72385>
- Sy Nguyen, H., Hai Dinh, T., Sy Ngoc, H., & Thuc Trang, N.T. (2023). Natural resources for eco-tourism development in Da Nang City and development solutions. *International Journal of Social Science and Education Research Studies*, 3(9), 1926-1932. <https://doi.org/10.55677/ijssers/V03I9Y2023-21>
- Taghvaei, M., Rezaei, M. R., & Tazesh, Y. (2017). Capabilities of the natural environment and its role in tourism development planning (the case: Yasuj city. *Geography (Regional Planning)*, 8(1), 345-361. [in Persian]
- Tu, H.M. (2020). Sustainable heritage management: Exploring dimensions of pull and push factors. *Sustainability*, 12, 8219. <http://doi.org/10.3390/su12198219>
- Tyler, D., Guerrier, Y., & Robertson M.- Eds. (1998). *Managing tourism in cities: Policy, process, and practice*, John Wiley, Chichester, West Sussex. 254 Pages.
- UNWTO (2004). *Indicators of sustainable development for tourism destinations. A guidebook*. Madrid: United Nations World Tourism Organization. <https://doi.org/10.18111/9789284407262>
- Valentina, R. (2013). Urban tourism between content and aspiration for urban development. *Management & Marketing*, 6(1). <https://doi.org/10.18111/9789284407262>
- World Travel & Tourism Council (2023). *TTC cities economic impact*. <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2023/WTTC-Cities-Economic-Impact-Final.pdf>